

Stoere bincken dragen geen stropdas

MAASTRICHT - Je moet het maar durven om je ontwerpstudio Stoere Bincken Design te noemen. Het grote voordeel van zo'n ruige naam is dat hij onderscheidend en herkenbaar is. Eindhovenaren René Verkaart (32) en Jeroen Borrenbergs (33) hebben dan ook alleen maar voordeel van hun aparte bedrijfsnaam. Limburg Ondernemt vraagt de sympathieke bincken - die onder meer tekenden voor de huisstijl van Hogeschool Zuyd, Symbiose en vele anderen - het hemd van het lijf. "Man, natuurlijk is het een goede naam, je belt zelf toch ook vanwege die naam?!"

Hoe kwamen jullie op de naam Stoere Bincken?

"We wilden echt een naam die er flink uitspringt. Er is een wezenlijk verschil tussen reclamebureaus en ontwerpstudio's. Reclamebureaus hebben meestal voor de hand liggende namen zoals de naam van de eigenaar, of een niet te herkennen afkorting zoals FW & SG.

Bij ontwerpstudio's zie je echter veel vaker gekke namen zoals studio Aap, studio Boot, Hardwerken en Wildplakken. Ontwerpstudio's hebben meer humor en een meer relaxte mentaliteit. Wij hebben geen accountmanagers, traffic-



FOTOGRAFIE: FOTO ARTICA, MAASTRICHT

- Stoere Bincken kiezen niet alleen voor een onderscheidende naam.

managers, copywriters of art-directors inhouse. Klanten die ons bellen krijgen gewoon onszelf aan de lijn."

Krijgen jullie veel reacties op die toch wel heel bijzondere naam?

"Wanneer bedrijven bellen die ons nog niet kennen, horen we wel eens een korte gniffel aan de andere kant van de lijn. Maar meestal vinden klanten het best een grappige naam. Toen we ons jaren geleden bij de Kamer van Koophandel

inschreven, werden we door een daar werkende ambtenaar wel gewaarschuwd. Zij was bang dat we zo bij voorbaat meer formele klanten van ons zouden vervreemden. Gelukkig hebben we ons van dat advies niks aangetrokken. We merken dat juist 'stropdastypes' onze informele aanpak waarderen. Zelf dragen we trouwens nooit een stropdas." René stelt vast dat hij zelfs niet eens een stropdas heeft. "Ik ben 1,97 lang en hou wel

degelijk van nette kleding. Ik moet mijn pakken vanwege mijn lichaamsbouw op maat laten maken. Mijn kledingadviseur wilde me, ondanks hevig verzet, op een dag toch een stropdas laten proberen. Maar een verticaal accent maakt mij nog langer dan ik al ben. Die man moest dan ook, nadat ik diverse exemplaren had omgeknoopt, toegeven dat een stropdas mij niet staat. Het is gewoon niet voor iedereen weggelegd."

Jullie zijn ontwerpers. Het ontwerpen van huisstijlen is een belangrijke activiteit. Waar staat een huisstijl eigenlijk voor?

"Een goede huisstijl is letterlijk 'de stijl van het huis'. Het visualiseert de filosofie en de identiteit van een bedrijf. Een huisstijl moet tot op de millimeter nauwkeurig op de klant afgestemd worden en hem of haar passen als een maatpak. Mensen zijn daar heel gevoelig voor. In het ene geval is een formele huisstijl de juiste oplossing, terwijl bij andere bedrijven een meer ontspannen aanpak op zijn plaats is. We vinden wel dat een huisstijl altijd op moet vallen. Daar gaan we dan ook telkens opnieuw vol voor. Huisstijl is uiteindelijk veel meer dan een logo, handelsdrukkwerk en een visitekaartje. Als je de stijl van het huis goed invult, komt de eigen identiteit in elke communicatie-uiting consistent terug."

Wat vinden jullie een voorbeeld van een goede huisstijl?

"Een voorbeeld van een ijzersterke huisstijl is voormalig PTT. Zodra je dat typerende groen en vormgebruik in de uitingen zag, wist je al hoe laat het was. Zeer herkenbaar. Een absolute classic het logo van Coca Cola. Het logo is sterk, evenwichtig en extravagant zonder prententius te zijn. Door de consistente huisstijl is het overal ter wereld direct te herkennen als 'The original'. Razend knap ontwerp, hoor."